



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国啤酒市场分析与预测报告

一、调研说明

《2008-2009年中国啤酒市场分析与预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42236.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

2007年国内的啤酒增长达14%以上，中国的啤酒行业已经进入了准高速增长阶段，而且由于国内啤酒厂商不断地整合，国内啤酒行业的吨酒利润率不断上升。作为日常消费品的啤酒产品正在面临着消费升级的重大机遇。在青岛、华润、燕京、珠江等一批大型啤酒集团进行自主创新实践的带动下，中国啤酒正以百倍的努力向世界啤酒强国冲刺。

随着中国啤酒产业集团化、规模化和国际化进程的不断加快中国啤酒市场竞争者层次逐渐明显化。在我国啤酒行业的区域布局中，我国的啤酒产量主要分布在华东地区、中南地区、华北地区、东北地区等。目前我国啤酒行业正处在整合阶段的中、后期，啤酒行业整体盈利水平在调整中呈增长趋势。2008年至2010年，啤酒行业面临着较好的发展际遇：国民经济持续快速发展和城市化水平的提高，给行业发展创造了巨大的需求空间；西部大开发、振兴东北地区等老工业基地、促进中部崛起和建设社会主义新农村等重大发展战略，为啤酒行业创造了新的发展机遇；全球经济和区域经济一体化进程的加快，为我国啤酒行业在更大范围内配置资源、开拓市场创造了条件。

中国是一个啤酒产销大国，啤酒产销量连续5年位居世界第一，以至于国外诸多资本纷纷涌入；但中国又是一个啤酒小国，在世界许多国家的主流消费场所，人们都很难找到中国品牌的身影。客观上说，中国啤酒企业近些年来取得了长足的进步。无论从产品、品牌、市场等各个方面，都有很大幅度的提升。而随着市场的进一步开放，参与国际化竞争的要求，使得国内啤酒企业对塑造自己的品牌下了一番工夫。几乎所有具有雄心壮志的中国啤酒企业都将创造出国际化品牌作为自己发展的重中之重。

本报告根据中国酿酒工业协会、国家统计局、国家信息中心等权威机构提供的资料撰写而成。报告在对2007中国啤酒行业发展现状进行全面分析的基础上，重点研究了中国啤酒市场的结构、领先企业的经营状况以及国内啤酒市场的消费者行为特征，并对2008-2009年中国啤酒市场的发展趋势进行了预测。报告综合运用了多种统计分析技术，内容严谨、精炼，数据翔实、准确，并配有大量的图表，是啤酒生产企业及贸易商准确把握行业发展动向和市场发展趋势、正确制定企业竞争战略和投资策略的可靠参考资料。

第一章 2007年中国啤酒行业发展状况分析 4

第一节 2007年啤酒行业经济运行环境 4

一、全球金融市场运行的宏观经济分析 4

二、中国经济增长因素分析 7

第二节 金融危机对啤酒行业的影响 10

第三节 中国啤酒行业政策分析 11

第四节 全球啤酒行业市场分析 14

一、供给市场分析 14

二、需求市场分析 15

第二章 2007年中国啤酒市场运行分析 15

第一节 中国啤酒行业发展分析 15

一、中国啤酒行业的发展历程 15

二、近年来我国啤酒行业的发展变化 16

第二节 2007年中国啤酒行业经营状况分析 17

一、行业生产情况 17

二、行业销售情况 18

三、行业经济效益分析 20

第三节 行业进出口分析 21

第三章 2007年中国啤酒市场结构研究 21

第一节 中国啤酒市场总体规模研究 21

一、中国啤酒市场规模增长情况 21

二、影响啤酒市场规模的主要因素 22

第二节 中国啤酒市场供给结构研究 23

一、啤酒生产的企业结构 23

二、啤酒生产的地区结构 24

三、不同地区啤酒企业经济效益比较 26

第三节 中国啤酒市场需求结构研究 29

一、啤酒市场集中度现状及变化趋势 29

二、啤酒消费的区域分布情况 30

三、啤酒消费的品牌占有情况 31

第四节 中国啤酒市场竞争结构研究 32

一、中国啤酒市场竞争格局 32

二、主要区域市场竞争特点分析 33

三、并购对市场竞争格局的影响 36

四、中国啤酒产业未来的竞争分析 37

第四章 2007年中国啤酒行业原材料市场分析 38

第一节 啤酒花市场分析 38

第二节 啤酒价格变动分析 40

第五章 2007年中国啤酒行业重点企业分析 41

第一节 青岛啤酒（600600） 41

一、企业经营状况 41

二、企业竞争力分析 43

三、企业发展战略及前景 43

第二节 燕京啤酒（000729） 44

一、企业经营状况 44

二、企业竞争力分析 47

三、企业发展战略及前景 49

四、青岛啤酒、华润雪花与燕京啤酒三大企业比较 50

第三节 啤酒行业其他上市公司分析 52

一、惠泉啤酒（600573） 52

二、重庆啤酒（600132） 54

三、兰州黄河（000929） 55

四、西藏发展（000752） 57

第四节 啤酒行业其他重点企业分析 59

一、华润啤酒 59

二、广东珠江啤酒 60

三、哈尔滨啤酒 61

第五节 跨国啤酒企业集团在中国的扩张 62

一、啤酒行业外资并购现状 62

二、外资扩张对国内企业的影响 64

三、近期外资并购的典型案例 66

第六章 啤酒行业发展策略分析 68

第一节 啤酒行业利润结构分析与利润提升策略 68

一、啤酒行业已进入微利时代 68

二、进入微利时代的根本因素 69

三、阻碍啤酒行业提升的因素 70

四、啤酒行业的利润结构分析 71

五、微利时代的利润提升策略 71

第二节 构建区域强势啤酒品牌的实效策略 73

一、走自我发展的强势品牌之路可行性 73

二、构建区域强势啤酒品牌的实效策略 74

第三节 啤酒终端促销的问题和对策 78

一、目前啤酒终端促销存在的问题 78

二、解决终端促销问题的有效对策 79

第四节 啤酒行业渠道壁垒的破解策略 80

一、传统流通渠道壁垒破解策略 80

二、餐饮终端渠道壁垒破解策略 82

三、零售终端壁垒破解策略分析 84

第七章 2008 - 2009年中国啤酒市场发展趋势预测 86

第一节 市场发展环境分析 86

一、国际啤酒市场发展趋势 86

二、国内宏观与产业经济环境分析 87

三、上游原料市场对啤酒企业生产的影响 89

第二节 2008 - 2009年中国啤酒市场发展预测 90

一、2008 - 2009年国内啤酒市场需求供需预测 90

二、2008 - 2009年啤酒行业面临的主要市场风险分析 91

第三节 中国啤酒市场长期发展前景展望 93

图表目录：

图表 1 2007年我国宏观经济月度景气指数 8

| | |
|-----------------------------------|----|
| 图表 2 1993-2007年国内生产总值统计及增长情况 | 10 |
| 图表 3 2002-2007年我国啤酒生产增长情况 | 18 |
| 图表 4 2002年、2007年我国啤酒生产企业数量变化情况 | 22 |
| 图表 5 2007年我国啤酒行业企业结构（从工业总产值看） | 24 |
| 图表 6 2007年我国啤酒行业企业结构（从企业单位数看） | 24 |
| 图表 7 2007年全国啤酒产量20万千升以上啤酒企业 | 24 |
| 图表 9 2007年全国啤酒分省市及各大地区月度产量 | 26 |
| 图表 10 2007年啤酒制造行业收入增量排名前十位的省市图表 | 26 |
| 图表 11 2007年啤酒制造行业收入增量排名前十位的省市分布图 | 27 |
| 图表 12 2007年啤酒行业平均收入前十位省市主要经济指标分析 | 27 |
| 图表 13 2007年啤酒行业平均收入前十位省市统计图 | 28 |
| 图表 14 2007年啤酒行业平均收入前十位省市平均利润比较 | 28 |
| 图表 15 2007年啤酒行业平均收入前十位省市平均资产比较 | 28 |
| 图表 16 2007年啤酒行业平均收入前十位省市主要经济指标分析 | 29 |
| 图表 17 2007年啤酒行业平均收入后十位省市统计图 | 29 |
| 图表 18 2007年啤酒行业平均收入后十位省市平均利润比较 | 29 |
| 图表 19 2007年啤酒行业平均收入后十位省市平均资产比较 | 30 |
| 图表 20 国内啤酒品牌消费者口味定位 | 32 |
| 图表 21 2004-2007年青岛啤酒啤酒产品销量增长情况 | 42 |
| 图表 22 2004-2007年青岛啤酒啤酒产品收入及利润增长情况 | 43 |
| 图表 23 2007年青岛啤酒主营业务分地区情况 | 43 |
| 图表 24 2004-2007年燕京啤酒啤酒产品销量增长情况 | 45 |
| 图表 25 2004-2007年燕京啤酒啤酒产品收入及利润增长情况 | 46 |
| 图表 26 2007年燕京啤酒主营业务分地区情况 | 48 |
| 图表 27 2006年我国主要啤酒企业财务数据比较 | 52 |
| 图表 28 我国青岛啤酒、华润雪花与燕京啤酒三大优势企业综合比较 | 52 |
| 图表 29 2004-2007年惠泉啤酒主营业务收入利润情况 | 53 |
| 图表 30 2007年惠泉啤酒主营业务分地区情况 | 54 |
| 图表 31 2004-2007年重庆啤酒主营业务收入利润情况 | 56 |
| 图表 32 2007年重庆啤酒主营业务分地区情况 | 56 |
| 图表 33 2004-2007年兰州黄河啤酒主营业务收入利润情况 | 57 |
| 图表 34 2007年兰州黄河主营业务分行业收入、利润占比情况 | 57 |

图表 35 2004-2007年西藏发展主营业务收入利润情况 58

图表 36 影响顾客购买啤酒的因素分析 76

图表 37 全国中高酒啤酒与大众型啤酒比例图 77

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42236.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。